

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI VOLUME PENJUALAN SEPEDA MOTOR YAMAHA JUPITER Z PADA PT. ALFA SCORPII PEKANBARU

Oleh:

Ithika Sari dan Arief Rifa'i H

Mahasiswa Dan Dosen Program Studi Administrasi Bisnis Fisipol UIR

Abstract

In the trade of the product to the consumer, there are some factors that influence in selling process of the product. There are some factor that influence it. That factors should be pay attention the following criteria for example the consumer has some criteria to buy a product. So, the the company should be create the innovation product form their competitor, the product have to special characteristic from another product. It makes the product will be interested for the consumer, and the promotion also makes the product will be best seller. The purpose of this research is to know that the factor influence the volume of selling of the motorcycle merk yamaha Jupiter Z on PT. Alfa Scorpil Pekanbaru. This research is quantitative and using Purposive Sampling for the consumer and the sampel was taken by company that direct relationship with the writer was 10 person, and for the consumer on PT. Alfa Scorpil used the Insidental Sampling. The sample define by the people who was the people that writer meet in that time. On PT. Alfa Scorpil Pekanbaru, and the sum of the population is not defined but the maximal sum of the population is 30 People. The result of the research shows that the factors that influence the volume selling of motorcycle merk Jupiter Z on PT. Alfa Scorpil Pekanbaru is excelent it is indicate from the responden and the other side is not significant.

Keyword : Volume, Sale, Motorcycle

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Transportasi merupakan sektor perhubungan yang sangat penting dalam membantu masyarakat untuk menjalani aktivitas sehari-hari. Salah satu jenis transportasi yang dimaksud adalah transportasi jenis sepeda motor. Sepeda motor merupakan salah satu jenis transportasi yang paling banyak digunakan saat ini. Salah satu faktornya adalah karena sepeda motor cara pemakaiannya yang praktis, bebas dari macet lalu lintas, dan harga untuk sebuah sepeda motor masih terjangkau oleh masyarakat.

Untuk dapat memenuhi kebutuhan masyarakat, banyak perusahaan mencari

berbagai kebijakan dalam penjualan produk yang akan dijual sebagai ajang persaingan untuk merebut pasar. Disamping itu, berbagai tingkatan kualitas produk akan senantiasa ditawarkan pada konsumen. Dengan demikian, pihak konsumen akan merasa puas dalam memilih produk yang akan membelinya. Untuk itulah salah satu perusahaan swasta yang meningkatkan investasi di kota Pekanbaru guna meningkatkan pendapatan masyarakat dan pendapatan asli daerah adalah PT. Alfa Scorpil Pekanbaru yang bergerak di bidang sepeda motor merk Yamaha akan selalu menyusun strategi menyerang untuk memperoleh pasar yang cukup banyak. Pekanbaru

merupakan sasaran pasar dari perusahaan Yamaha itu sendiri.

Perusahaan dealer Yamaha Scorpii yang bergerak dibidang penjualan sepeda motor ini hadir ditengah-tengah masyarakat dengan berbagai tipe yang berbeda. Adapun sepeda motor merk Yamaha yang beredar dipasaran antara lain :

Tabel 1. Tipe Produk Yamaha dan Harganya

No	Tipe Produk	Harga
1	Yamaha Vega ZR	Rp. 12.825.000
2	Yamaha Jupiter Z	Rp. 15.273.000
3	Yamaha Mio J	Rp. 12.506.000
4	Soul GT	Rp. 14.556.000
5	Yamaha Vixion	Rp. 22.875.000
6	Yamaha Jupiter MX	Rp. 17.314.000
7	Yamaha Byson	Rp. 21.160.000
8	Yamaha Scorpyo-Z	Rp. 24.314.000
9	Yamaha Xeon	Rp. 16.482.000
10	Yamaha Fino	Rp. 14.123.000
11	Yamaha Lexam	Rp. 16.875.000

Sumber : PT. Alfa Scorpii Pekanbaru, 2013

Ada berbagai macam tipe Produk Yamaha yang diluncurkan mengikuti perkembangan zaman dan juga mengikuti selera konsumen. Berbagai tipe mempunyai keunggulan tersendiri. Kelebihan yang dimiliki setiap tipe produk Yamaha ini mempengaruhi minat dan selera konsumen dalam mengambil keputusan membeli. Yamaha Jupiter Z akan menjadi objek peneliti penulis.

Tabel 2. Target dan Realisasi Tipe Sepeda Motor Merk Yamaha dari tahun 2009-2012

Tahun	Jupiter Z			Mio J			Vixion		
	Target	Realisasi	%	Target	Realisasi	%	Target	Realisasi	%
2009	200	181	90,5	200	243	121,5	175	183	104,5
2010	200	168	84	200	233	116,5	200	198	99
2011	175	153	87,4	200	249	124,5	200	228	114
2012	420	340	80,9	650	720	110,7	240	252	105

Sumber : PT. Alfa Scorpii Pekanbaru, 2013

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat perbandingan penjualan sepeda motor merk Yamaha yaitu tipe Jupiter Z, Mio J, Vixion. Dari ketiga jenis sepeda motor Yamaha tersebut dapat dilihat bahwa penjualan Jupiter Z memiliki persentase

Yamaha Jupiter Z adalah salah satu produk merk Yamaha PT. Alfa Scorpii. Yamaha Jupiter Z adalah pengembangan dari sepeda motor bebek 4 keluaran Yamaha sebelumnya. Motor bebek Yamaha generasi sebelumnya yaitu Crypton, Vega dan Jupiter bisa dibilang kurang sukses, baik di penjualan maupun di arena balap. Motor ini bisa dikatakan agen pelopor perubahan bagi Yamaha. Karena dengan kehadirannya membuat nama Yamaha merangkak naik di pasaran sepeda motor Indonesia.

Di lihat dari pertama kali Yamaha Jupiter ini diluncurkan dari tahun 2003 sampai tahun 2010 banyak diminati oleh konsumen dan laris dipasaran. Namun beberapa tahun terakhir ini Yamaha Jupiter Z mengalami penurunan penjualan. Kemungkinan hal ini disebabkan oleh semakin banyaknya perusahaan-perusahaan yang bergerak dibidang penjualan sepeda motor khususnya sepeda motor Yamaha.

Adapun jumlah target yang ditetapkan dalam rapat awal tahun berdasarkan hasil analisis marketing terhadap lingkungan dan pasar serta realisasi dari target penjualan yang ditetapkan dari 3 tipe produk Yamaha yang paling dominan terjual dari tahun 2008-2012. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

lebih rendah dibandingkan Mio J dan Vixion. Untuk Vixion persentase penjualan sudah mampu memenuhi standar volume penjualan yang baik.

Dengan semakin ketatnya persaingan usaha pada masa sekarang ini maka

perusahaan akan menerapkan suatu strategi penjualan yang dapat bersaing dalam persaingan bahkan mengurangi persaingan. Seorang manajer harus dapat merumuskan kebijakan yang tepat agar produk atau barang yang dijual tersebut dapat dibeli dan laris di pasar bisnis.

Turun naiknya volume penjualan suatu perusahaan dapat terjadi karena kesalahan dari perusahaan itu sendiri yaitu faktor dari intern, misalnya kualitas pelayanan penjualannya. Bisa juga

Tabel 3. Perbandingan Penjualan Sepeda Motor Yamaha Jupiter Z pada PT. Alfa Scorpii, PT. Yamaha Riau Berlian dan CV. Mahkota Motor

Tahun	Jumlah Penjualan			
	PT. Alfa	PT. Yamaha Riau Berlian	CV. Mahkota	Total
2009	214	269	257	740
2010	197	252	244	693
2011	182	238	226	646
2012	340	398	383	1.121

Sumber : PT. Alfa Scorpii Pekanbaru, 2013

Dilihat dari tabel diatas, PT. Alfa Scorpii Pekanbaru dalam kurun waktu 4 tahun terakhir mengalami penurunan volume penjualan sepeda motor Yamaha Jupiter Z. Hal ini disebabkan karena tingkat persaingan yang semakin tinggi dan semakin banyaknya produk baru yang bermunculan dan juga produk sejenis yang harganya lebih murah.

Dari data empat tahun terakhir dapat dilihat bahwa penjualan masing- masing perusahaan yaitu antara PT. Alfa Scorpii, PT. Yamaha Riau Berlian dan CV. Mahkota Motor di Pekanbaru memiliki volume penjualan yang berbeda dan pada PT. Alfa Scorpii Pekanbaru menjadi perusahaan yang volume penjualannya cukup rendah.

Dalam pelaksanaan strategi penjualannya PT. Alfa Scorpii telah mengambil keputusan- keputusan seperti adanya kerjasama kredit dengan leasing yaitu PT. Adira Finance, BAF (Bussan Auto Finance), PT. Wom Finance, Bank Bumi Putra, Bank Riau Syariah dan kerja sama dengan Yamaha seperti service gratis 3 kali dan ganti oli gratis 2 kali dan PT. Alfa Scorpii juga telah

karena faktor ekstern perusahaan misalnya adanya perubahan dari selera konsumen yang tiap tahun selalu berbeda dan juga adanya kebijakan dari pemerintah dan lain sebagainya.

Untuk mengetahui bagaimana perbandingan penjualan sepeda motor Yamaha Jupiter Z yang diukur antar 3 perusahaan yang menjual produk tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini :

melakukan promosi yaitu dengan personal selling, hal ini merupakan bentuk promosi yang sering dilakukan perusahaan. Selain personal selling bentuk promosi yang dilakukan adalah advertising, sales promotion.

PT. Alfa Scorpii Pekanbaru telah berupaya melalui perluasan pendistribusian sepeda motor merk Yamaha dengan berbagai leasing dan bank dalam menjual sepeda motor merk Yamaha baik dalam bentuk pemberian potongan harga pada pembelian cash maupun pembelian secara kredit tetapi tetap mengalami suatu penurunan realisasi penjualan.

Tabel 4 Berikut ini jumlah pesaing yang ada di Pekanbaru

Tahun	Jumlah Pesaing (Dealer)
2008	9
2009	11
2010	13
2011	15
2012	16

Sumber: PT. Alfa Scorpii, 2013

Dari Tabel diatas, data yang diperoleh dapat dilihat bahwa jumlah dealer yang ada mengalami pertambahan dari tahun ke tahun dan merupakan tingkat

persaingan yang dialami PT. Alfa Scorpii.

Fenomena dilapangan pada PT. Alfa Scorpii yang dapat dilihat adalah :

- a. Cukup banyaknya perusahaan yang memasarkan dan bergerak pada bidang penjualan sepeda motor merek Yamaha sehingga PT. Alfa Scorpii belum mampu sepenuhnya dalam mengendalikan pasar.
- b. Terjadinya penurunan penjualan pada PT. Alfa Scorpii sementara yang dijual cukup banyak diminati oleh masyarakat.
- c. Turunnya volume penjualan dalam beberapa tahun terakhir terutama pada merk Yamaha Jupiter Z karena telah banyaknya tipe produk baru yang bermunculan yang juga menggugah selera konsumen, menyebabkan target penjualan belum mampu dicapai oleh perusahaan dan akan mengancam pertumbuhan dan kelangsungan hidup perusahaan.

Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka Penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Volume Penjualan Sepeda Motor Yamaha Jupiter Z pada PT. Alfa Scorpii Pekanbaru".

Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui faktor- faktor yang menyebabkan rendahnya volume penjualan sepeda motor Yamaha Jupiter Z pada PT. Alfa Scorpii Pekanbaru.
- b. Untuk mengetahui hambatan-hambatan dalam melakukan penjualan sepeda motor Yamaha Jupiter Z pada PT. Alfa Scorpii Pekanbaru.

Kegunaan Penelitian

- a. Untuk memberikan sebagian pemikiran ataupun informasi mengenai faktor- faktor yang mempengaruhi volume penjualan Yamaha Jupiter Z untuk meningkatkan omset penjualan dimasa yang akan datang.
- b. Untuk bahan informasi dan perbandingan bagi penulis selanjutnya yang tertarik untuk meneliti masalah yang sama pada objek lainnya.

STUDI KEPUSTAKAAN

Pengertian Administrasi

Administrasi merupakan salah satu cabang studi ilmu sosial yang mencakup keseluruhan proses aktivitas kerja sama sejumlah manusia agar dapat mencapai tujuan yang telah disepakati bersama.

Siagian (1989:2) merumuskan batasan administrasi merupakan keseluruhan antara dua orang atau lebih yang didasarkan oleh rasionalitas tertentu dalam rangka pencapaian tujuan yang telah ditentukan sebelumnya dengan memanfaatkan sarana dan prasarana tertentu secara berdaya guna dan berhasil guna.

Dengan adanya administrasi dapat menimbulkan banyak cara dalam menciptakan kerja sama satu orang dengan orang lain. Sehingga dengan demikian ilmu administrasi dapat diartikan sebagai suatu ilmu yang mempelajari proses, kegiatan dan dinamika kerjasama manusia. Inilah yang membuat administrasi dapat mencapai efisien, efektivitas dan rasional dalam pencapaian tujuan bersamanya.

Pengertian Penjualan

Agar tujuan perusahaan bisa tercapai semaksimal mungkin, maka pimpinan perusahaan perlu melaksanakan kegiatan utama. Salah satu kegiatan utama yang harus dilaksanakan oleh pimpinan

perusahaan adalah meningkatkan volume penjualan dalam upaya mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan agar lebih berkembang dan mendapatkan laba sesuai dengan target yang telah

Pengertian penjualan menurut Philip Kotler (2001:41) diketahui bahwa pasar pokoknya penjualan adalah ilmu dan seni mempengaruhi pribadi dan dipersuasion oleh penjualan untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang yang ditawarkan.

Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Penjualan

Volume penjualan setiap perusahaan dari waktu ke waktu umumnya tidaklah tetap, tetapi selalu berfluktuasi turun naik. Kondisi demikian tidaklah boleh diabaikan perusahaan, mereka harus segera mencari penyebab turun naiknya volume penjualan. Jika tidak maka suatu saat perusahaan tersebut akan melakukan kesalahan, karena menetapkan kebijaksanaan yang tidak sesuai untuk masa yang akan datang. Tentu saja hal ini akan berpengaruh pada permintaan hasil penjualan.

Harga

Strategi penentuan harga (*pricing*) merupakan faktor penentu dalam menjual suatu barang atau jasa. Penetapan harga itu sebenarnya cukup kompleks dan sulit. Kita akan melihat bahwa kekomplekan dan pentingnya penetapan harga ini memerlukan suatu pendekatan yang sistematis, yang melibatkan penetapan tujuan dan mengembangkan suatu struktur penetapan harga yang tepat.

Harga suatu barang atau jasa merupakan suatu faktor penentu bagi permintaan pasar . Dalam persaingan, harga suatu barang atau jasa harus selalu menjamin kelangsungan hidup perusahaan. Kualitas yang baik dengan harga yang sangat mahal membuat

konsumen berpikir dua kali untuk melakukan pembelian walaupun untuk kualitas yang terbaik biasanya harus diimbangi dengan harga yang mahal. Tetapi tidak selamanya yang baik harus dibayar dengan harga yang sangat mahal. Dengan harga yang tidak terlalu mahal atau dengan arti kata dapat terjangkau oleh masyarakat sudah tentu akan membuat produk tersebut akan banyak diminati dan laku dipasaran.

Persaingan

Di dalam dunia bisnis setiap perusahaan tidak dapat menghindarkan diri dari kemungkinan bersaing dengan perusahaan lain. Namun persaingan dapat dijadikan cambuk bagi perusahaan tersebut untuk lebih berhati- hati dalam menjalankan usahanya, misalnya sebagai alat kontrol terhadap mutu produk, harga dan servis yang diberikan perusahaan kepada konsumen.

Persaingan adalah suatu keadaan yang terjadi disuatu pasar apabila disana terdapat pedagang-pedagang terbanyak. Persaingan merupakan parameter atau ukuran suatu organisasi untuk mengintropeksi diri sejauh mana organisasi itu sendiri menciptakan barang dan jasa serta pelayanannya terhadap konsumen.

Sistem Penjualan

Pada dasarnya, ada dua cara sistem penjualan yang dilakukan oleh perusahaan yaitu pembayaran secara tunai dan kredit.

Penjualan Secara Kredit Kredit berasal dari bahasa Yunani yakni *Credetea* yang berarti kepercayaan karena dasar kredit adalah kepercayaan. Kredit adalah suatu pemberian materi oleh suatu pihak kepada pihak lain dan prestasi tersebut akan dikembalikan lagi pada suatu masa tertentu yang disertai dengan suatu kontra prestasi berupa bunga.

Di dalam kredit terdapat beberapa pihak yaitu pihak pemberi kredit dan pihak menerima kredit. Manusia memerlukan kredit karena berusaha memenuhi kebutuhannya yang beraneka ragam sedangkan manusia tersebut mempunyai kebutuhan yang terbatas.

Selera Konsumen

Salah satu faktor yang mempengaruhi permintaan dan keinginan konsumen terhadap suatu barang atau jasa adalah faktor selera konsumen. Apabila produk yang dipasarkan tersebut sangat sensitif terhadap perubahan selera seperti kualitas atau warna dari suatu produk, hal ini dapat menyebabkan konsumen pindah ke produk lain dengan kualitas dan warna yang menarik dan mutunya lebih tinggi pula.

Selera konsumen merupakan bagian dari pada faktor yang mempengaruhi permintaan selain pendapatan, harga pokok lain dan harga produk itu sendiri. Biasanya konsumen akan membeli suatu barang sesuai selera dan keinginan mereka. Namun demikian konsumen juga dipengaruhi oleh pendapatan yang dimilikinya belum cukup menjangkau dari harga yang ditawarkan tersebut, maka apa yang diinginkannya belum juga dapat terpenuhi.

Jadi jelaslah, apabila konsumen tidak mendapatkan hal yang mendukung dalam dirinya untuk memperoleh suatu barang maka cenderunglah konsumen tersebut untuk pindah terhadap produk pengganti atau memilih kepada harga yang lebih murah dengan alasan tidak membawa perbedaan yang terlalu jauh dari produk yang dianggap tidak mereka jangkau tadi.

Pelayanan

Pelayanan merupakan penunjang pemasaran suatu produk dan sekaligus dapat dilihat sebagai pusat keseluruhan produksi memenuhi kebutuhan selera

konsumen. Perusahaan yang menganut konsep pelayanan mengorientasikan diri pada langganan (*customer oriented*) dengan mengutamakan kepuasan pelanggan.

Keberhasilan penjualan suatu produk dari perusahaan sangat ditentukan oleh baik tidaknya pelayanan yang diberikan suatu perusahaan. Asaauri (1997:190) menegaskan bahwa dalam penjualan suatu produk mencakup pelayanan seleksi, pelayanan dalam penjualan yang merupakan pelayanan suatu menyerahkan produk yang dijual, dan juga penjualan setelah penjualan yang mencakup jalinan atas kerusakan produk dalam jangka waktu tertentu (misalnya 6 bulan) setelah produk yang diberikan konsumen, serta kebaikan atau pemeliharaan produk itu apabila rusak.

Pelayanan untuk usaha-usaha industri biasanya berupa *After Sales Service* seperti garansi penyediaan onderdil yang cukup dan sebagainya pada umumnya konsumen menginginkan jaminan karena nilai-nilai barang tersebut relatif tinggi. Oleh sebab itu apabila perusahaan tidak melakukan servis sulit untuk meningkatkan penjualan.

Promosi

Promosi merupakan salah satu faktor yang terpenting dalam menunjang penjualan perusahaan. Promosi juga merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Sudah tidak diragukan lagi bahwa promosi alat yang paling ampuh untuk mendorong permintaan konsumen.

Promosi menurut Basu Swastha (2000:349) adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada kegiatan yang menciptakan pertukaran di dalam suatu pemasaran.

Adapun Variabel-variabel promosi yang dimaksud yang dikenal dengan istilah promotional mix ada empat yaitu :

periklanan, *personal selling*, publisitas dan promosi penjualan.

Operasional Variabel

Tabel 5. Operasional Variabel

Konsep	Variabel	Indikator	Item yang dinilai	Ukuran
Penjualan adalah ilmu dan seni mempengaruhi pribadi dan dipersuasi-kan oleh penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang/jasa yang ditawarkan-nya. Basu Swastha (2001:8)	Faktor-Faktor yang Mempenga-ruhi Volume Penjualan	1. Harga	a. Penetapan harga dari kualitas produknya. b. Penetapan harga dilihat dari harga pesaing. c. Subsidi harga pembelian secara kredit. d. Tingkat pembelian produk. e. Daya beli konsumen.	Memuaskan Cukup Memuaskan Tidak Memuaskan
		2. Persai-ngan	a. Keinginan dan kebutuhan konsumen terhadap produk. b. Tingkat persaingan penjualan produk. c. Fasilitas kredit kolektif pada instansi swasta dan instansi pemerintah. d. Harga diskon yang diberikan. e. Peningkatan servis yang baik.	Memuaskan Cukup Memuaskan Tidak Memuaskan
		3. Sistem Penjua-lan	a. Melakukan kerja sama dengan pihak leasing. b. Kebijakan penjualan kredit yang ditetapkan. c. .Pembayaran uang muka kredit. d. Harga penjualan kredit yang ditetapkan. e. Persyaratan administrasi penjualan kredit f. <u>Proses pembayaran angsuran kredit.</u>	Memuaskan Cukup Memuaskan Tidak Memuaskan
		4. Selera Kon-sumen	a. Jenis atau tipe produk. b. Kualitas produk. c. Model atau desain produk yang sesuai. d. Daya tahan. e. <u>Bahan bakar produk yang irit.</u>	Memuaskan Cukup Memuaskan Tidak Memuaskan
		5. Pela-yanan	a. Pelayanan informasi. b. Keramah-tamahan penjual saat pembelian. c. Pelayanan purna jual yang diberikan. d. Pelayanan setelah purna jual. e. <u>Ketersediaan produk.</u>	Memuaskan Cukup Memuaskan Tidak Memuaskan
		6. Promo-si	a. Melakukan promosi melalui periklanan. b. Personal selling. c. Promosi Penjualan. d. Publisitas. e. Promosi dengan memberikan hadiah.	Memuaskan Cukup Memuaskan Tidak Memuaskan

Tekhnik Pengukuran

Pengukuran terhadap setiap indikator variabel penelitian ini menggunakan skala likert. Kategori pengukuran untuk menilai pelaksanaan variabel beserta indikatornya dibedakan dalam 3

kategori, Memuaskan, Cukup Memuaskan dan tidak memuaskan. Untuk setiap pertanyaan yang diajukan per indikator variabel, masing-masing alternatifnya terdiri dari 3 kategori.

METODE PENELITIAN

Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang penulis gunakan adalah tipe penelitian Survey Deskriptif dengan metode Kuantitatif. Dengan penelitian ini direncanakan akan menarik sejumlah sampel dari populasi penelitian. Tujuan penggunaan tipe ini adalah untuk mengetahui secara jelas dan konkret tentang faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan sepeda motor Yamaha Jupiter Z.

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Alfa Scorpii Pekanbaru, yang berlokasi di jalan Jenderal Sudirman No.22 (depan purna MTQ) Pekanbaru. Alasan pemilihan lokasi ini karena salah satu perusahaan yang bergerak dibidang penjualan sepeda motor merek Yamaha.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah adalah pihak perusahaan, yaitu pimpinan dan karyawan bagian pemasaran serta seluruh konsumen yang memakai sepeda motor Yamaha Jupiter Z pada PT. Alfa Scorpii Pekanbaru. Berkaitan dengan hal tersebut, maka yang dijadikan sampel pada penelitian ini adalah :

1. Direktur Perusahaan 1 orang.
2. Manager 1 orang.
3. Karyawan Perusahaan bagian pemasaran 8 orang.
4. Konsumen yang tidak tehingga maka peneliti hanya mengambil sebanyak 30 orang.

Teknik Penarikan Sampel

1. Untuk jajaran top manajer meliputi yang meliputi area manajer serta karyawan pemasaran dilakukan dengan cara sensus.
2. Bagi calon konsumen yang akan memakai Yamaha Jupiter Z digunakan teknik *insidental sampling*.

Jenis dan Sumber Data

1. Data Primer, yaitu data yang mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan pada PT. Alfa Scorpii Pekanbaru, yaitu harga, persaingan, sistem penjualan, selera konsumen, pelayanan dan promosi.
2. Data Sekunder, yaitu data yang telah tersedia dan dipublikasikan oleh perusahaan. Misalnya sejarah berdirinya perusahaan, tugas dan tanggung jawab personil, struktur organisasi perusahaan, Aktivitas perusahaan, perkembangan penjualan, persyaratan pembelian kredit.

Tekhnik Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan tehnik yaitu Observasi, wawancara dan kuesioner

Analisis Data

Penelitian ini memusatkan perhatian secara intensif terhadap suatu objek tertentu yang kemudian dipelajari sebagai suatu kasus, dimana objek yang diteliti adalah volume penjualan. Dalam menganalisa data mengenai volume penjualan ini penulis menggunakan analisa deskriptif yang bersifat development (Pengembangan).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Volume Penjualan Sepeda Motor Yamaha Jupiter Z Pada PT. Alfa Scorpii Pekanbaru

Faktor Internal yang mempengaruhi rendahnya volume penjualan sepeda motor yamaha Jupiter Z adalah sebagai berikut :

1. Harga

Tabel 6. Tanggapan Responden Tentang Harga pada PT. Alfa Scorpii Pekanbaru

No	Item Pertanyaan	Jawaban Responden			Jumlah
		Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	
1	Penetapan harga dari kualitas produk	5 (16,7%)	25 (83,3%)	-	30 (100%)
2	Penetapan harga bila dilihat dari harga pesaing	1 (3,3%)	25 (83,3%)	4 (13,4%)	30 (100%)
3	Subsidi harga yang diberikan jika pembelian secara kredit	3 (10%)	21 (70%)	6 (20%)	30 (100%)
4	Tingkat pembelian sepeda motor Yamaha Jupiter Z	-	3 (10%)	27 (90%)	30 (100%)
5	Daya beli konsumen	-	4 (13,3%)	26 (86,7%)	30 (100%)
	Jumlah	9	78	63	150
	Jumlah bobot Nilai	27	156	63	246
	Nilai Tertinggi 3x5x30				450
	Nilai Terendah 1x5x30				150
	Interval				100
	%Skor Perolehan				54,7%
	Interval - Skor	150-250			
	Kriteria Penilaian	Tidak Memuaskan			

Sumber : Data Olahan, 2013

Berdasarkan tabel diatas untuk item pertanyaan 1 mengenai penetapan harga dari Yamaha Jupiter Z pada PT. Alfa Scorpii Pekanbaru bila dilihat dari kualitas produknya bagi konsumen tidak terlalu mahal dan masih terjangkau oleh konsumen bila dilihat dari kualitas produknya yang cukup berkualitas dan cukup bagus. Karena tanggapan konsumen yang menyatakan Baik sebanyak 5 responden atau 16,7%. Sedangkan 25 orang atau 83,3% menyatakan Cukup Baik.

Untuk item pertanyaan 2 mengenai penetapan harga yang diberikan oleh PT. Alfa Scorpii Pekanbaru bila dilihat dari harga pesaing, konsumen menyatakan harganya tidak jauh beda dengan harga pesaing atau perusahaan sejenis lainnya, seperti dinyatakan oleh responden dimana sebanyak 1 orang atau 3,3% menjawab Baik, Sedangkan responden yang menjawab Cukup Baik sebanyak 25 orang atau 83,3%. Dan responden yang menjawab Kurang Baik sebanyak 4 orang atau 13,4%.

Untuk item pertanyaan 3 mengenai subsidi harga yang diberikan oleh PT.

Alfa Scorpii Pekanbaru, responden yang menjawab Baik sebanyak 3 orang atau 10%. Responden yang menjawab Cukup Baik sebanyak 21 orang atau 70%, Sedangkan responden yang menjawab Kurang Baik sebanyak 6 orang atau 20%. Dengan demikian dapat disimpulkan tanggapan responden mengenai subsidi harga yang diberikan PT. Alfa Scorpii kurang memuaskan konsumen karena subsidi harga yang diberikan perusahaan masih rendah walaupun cukup membantu meringankan konsumen.

Untuk item pertanyaan 4 mengenai tingkat pembelian sepeda motor Yamaha Jupiter Z pada PT. Alfa Scorpii Pekanbaru masih sangat rendah karena saat ini sudah cukup banyaknya produk-produk baru yang bermunculan yang juga menggugah selera konsumen dengan harga yang juga cukup terjangkau, karena tanggapan konsumen yang menjawab tingkat pembelian sepeda motor Yamaha Jupiter Z Sedang sebanyak 3 orang atau 10%. Sedangkan responden yang menjawab Rendah sebanyak 27 orang atau 90%.

Untuk item pertanyaan 5 mengenai daya beli konsumen terhadap sepeda motor Yamaha Jupiter Z, responden yang menjawab Sedang sebanyak 4 orang atau 13,3%. Sedangkan responden yang menjawab daya beli produk Yamaha Jupiter Z Rendah sebanyak 26 orang atau 86,7%. Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa daya beli konsumen terhadap sepeda motor Yamaha Jupiter Z masih sangat rendah karena saat ini masyarakat telah banyak beralih ke sepeda motor lain contohnya Scuter Matic. Salah satu alasannya karena sepeda motor Scuter Matic cara pemakaiannya yang praktis dan sederhana apalagi untuk kaum perempuan contohnya ibu-ibu dan para remaja perempuan.

Hasil Tanggapan Pihak Perusahaan atau Karyawan Mengenai Harga Yamaha Jupiter Z yang Ditetapkan Perusahaan Pada PT. Alfa Scorpii Pekanbaru

Berdasarkan hasil dari wawancara peneliti kepada pihak perusahaan atau karyawan perusahaan, tanggapan pihak perusahaan atau karyawan perusahaan PT. Alfa Scorpii Pekanbaru terhadap harga yang telah ditetapkan perusahaan, menurut pihak perusahaan atau karyawan menyatakan harga yang ditetapkan terhadap Yamaha Jupiter Z Cukup Baik, karena harga yang diberikan tidak terlalu tinggi sesuai dengan kualitas sepeda motor Yamaha Jupiter Z yang bagus dan tahan dan hampir sama dengan harga pesaing lainnya. Dan apabila mengalami perubahan, harganya tidak mengalami perubahan yang tinggi (menoton). Walaupun banyak konsumen yang merasa harga yang ditetapkan perusahaan kurang memuaskan dengan subsidi harga yang diberikan rendah, hanya sebesar Rp.500.000,-.

2. Sistem Penjualan

Tabel 7. Tanggapan Responden Tentang Sistem Penjualan Pada PT. Alfa Scorpii Pekanbaru

No	Item Pertanyaan	Jawaban Responden			Jumlah
		Memuaskan	Cukup Memuaskan	Tidak Memuaskan	
1	Kebijakan penjualan kredit	1 (3,3%)	25 (83,4%)	4 (13,3%)	30 (100%)
2	Pembayaran uang muka kredit	1 (3,3%)	19 (63,3%)	10 (33,4%)	30 (100%)
3	Harga penjualan kredit	-	14 (46,7%)	16 (53,3%)	30 (100%)
4	Persyaratan administrasi	2 (6,7%)	28 (93,3%)	-	30 (100%)
5	Proses pembayaran angsuran kredit	2 (6,7%)	23 (76,7%)	5 (16,6%)	30 (100%)
	Jumlah	6	109	35	150
	Jumlah Bobot Nilai	18	218	35	271
	Nilai Tertinggi 3x5x30				450
	Nilai Terendah 1x5x30				150
	Interval				100
	%Skor Perolehan				60,2%
	Interval – Skor	271			
	Kriteria Penilaian	Cukup Memuaskan			

Sumber : Data Olahan, 2013

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa dari 30 responden yang menyatakan Memuaskan untuk kebijakan penjualan kredit yang telah ditetapkan oleh PT. Alfa Scorpii Pekanbaru pada item pertanyaan 1 hanya 1 orang atau 3,3%. Sedangkan responden yang menyatakan Cukup Memuaskan sebanyak 25 orang atau 83,4%. Dan responden yang menyatakan Tidak Memuaskan sebanyak 4 orang atau 13,3%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kebijakan penjualan kredit yang dilakukan PT. Alfa Scorpii Pekanbaru tidak memberatkan konsumen dalam pembelian sepeda motor secara kredit sesuai dengan daya beli, pendapatan, status sosial ekonomi masyarakat dan masih cukup terlaksana dalam hal syarat-syarat yang ditetapkan perusahaan.

Untuk item pertanyaan 2 mengenai pembayaran uang muka kredit sepeda motor Yamaha Jupiter Z pada PT. Alfa Scorpii Pekanbaru, bagi konsumen tidak terlalu berat atau sedang-sedang saja sesuai dengan kualitas motor Yamaha Jupiter Z yang dijual, karena tanggapan konsumen yang menyatakan Ringan sebanyak 1 orang atau 3,3%. Sedangkan responden yang menjawab Sedang sebanyak 19 orang atau 63,3%. Dan sebanyak 10 orang atau 33,4% menyatakan Berat.

Untuk item pertanyaan 3 mengenai harga penjualan kredit sepeda motor Yamaha Jupiter Z, yang menyatakan Sedang sebanyak 14 orang atau 46,7%. Sedangkan yang menjawab Mahal sebanyak 16 orang atau 53,3%, dengan alasan terlalu tingginya harga penjualan kredit sepeda motor Yamaha Jupiter Z membuat konsumen kesulitan dalam membayar dan membuat konsumen lebih beralih ke produk lain yang lebih terjangkau harga penjualannya.

Untuk item pertanyaan 4 mengenai persyaratan administrasi penjualan kredit

sepeda motor Yamaha Jupiter Z, sebanyak 2 orang atau 6,7% menyatakan Ringan. Sedangkan responden yang menjawab Sedang sebanyak 28 orang atau 93,3%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa persyaratan administrasi penjualan kredit sepeda Motor Yamaha Jupiter Z tidak begitu menyulitkan konsumen, karena persyaratan administrasi penjualan kredit sepeda motor yang ditetapkan perusahaan hampir sama seluruhnya dengan perusahaan yang lain, yaitu foto copy KTP (suami dan istri), foto copy kartu keluarga, foto copy rekening listrik dan foto copy slip gaji atau keterangan penghasilan.

Untuk item pertanyaan 5 mengenai proses pembayaran angsuran kredit sepeda motor Yamaha Jupiter Z. konsumen cukup puas dengan cara atau proses pembayaran yang ditetapkan oleh perusahaan, karena prosesnya yang tidak terlalu menyulitkan konsumen dengan persyaratan yang tidak banyak diminta oleh pihak pemberi kredit dan dealer. Karena sebanyak 23 orang atau 76,7% menyatakan Cukup Sesuai.

Hasil Tanggapan Pihak Perusahaan atau Karyawan Mengenai Sistem Penjualan Pada PT. Alfa Scorpii Pekanbaru

Berdasarkan hasil wawancara penulis kepada pihak perusahaan atau karyawan perusahaan bidang pemasaran dan penjualan menyatakan bahwa sistem penjualan terbagi dua yaitu sistem penjualan secara cash dan secara Tunai. Dan sistem penjualan paling dominan yang dilakukan adalah sistem penjualan secara kredit, karena banyaknya konsumen yang melakukan pembelian secara kredit dari pada secara tunai. Kebijakan penjualan kredit yang dilakukan PT. Alfa Scorpii Pekanbaru Cukup Baik karena membantu konsumen dalam pembelian sepeda motor secara kredit, seperti memberikan

kemudahan dalam hal administrasi atau syarat-syarat dalam pembelian sepeda motor secara kredit, memberikan keringanan dalam hal pembayaran uang muka, memberikan kemudahan dalam hal proses pembayaran angsuran. Walaupun pihak perusahaan menyatakan masih ada konsumen yang masih belum

mampu menjalankan kebijakan yang diberikan perusahaan terutama terdapat banyak kendala mengenai persyaratan administrasi penjualan sepeda motor secara kredit seperti syarat foto copy KTP (suami dan istri), foto copy kartu keluarga, foto copy rekening listrik, dan foto copy slip gaji.

3. Pelayanan

Tabel 8. Tanggapa Responden Tentang Pelayanan yang Diberikan PT. Alfa Scorpii Pekanbaru

No	Item Pertanyaan	Jawaban Responden			Jumlah
		Memuaskan	Cukup Memuaskan	Tidak Memuaskan	
1	Pelayanan Informasi	4 (13,3%)	23 (76,7%)	3 (10%)	30 (100%)
2	Pelayanan yang diberikan karyawan saat pembelian	2 (6,7%)	28 (93,3%)	-	30 (100%)
3	Pelayanan purna jual	2 (6,7%)	26 (86,6%)	2 (6,7%)	30 (100%)
4	Pelayanan servis gratis	12 (40%)	18 (60%)	-	30 (100%)
5	Persediaan sepeda motor Yamaha Jupiter Z	-	13 (43,3%)	17 (56,7%)	30 (100%)
	Jumlah	20	108	22	150
	Jumlah Bobot Nilai	60	216	22	298
	Nilai Tertinggi 3x5x30				450
	Nilai Terendah 1x5x30				150
	Interval				100
	% Skor Perolehan				66,2%
	Interval – Skor	251-350			
	Kriteria Penilaian	Cukup Memuaskan			

Sumber : Data Olahan, 2013

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat pada item pertanyaan 1 mengenai pelayanan informasi yang diberikan PT. Alfa Scorpii Pekanbaru, yang menyatakan Memuaskan sebanyak 4 orang atau 13,3%. Sedangkan sebanyak 23 responden atau 76,7% menyatakan Cukup Memuaskan. Dan responden yang menyatakan Tidak Memuaskan sebanyak 3 orang atau 10%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pelayanan yang diberikan cukup baik dan ramah dalam memberikan informasi kepada

konsumen saat melakukan pembelian sepeda motor.

Untuk item pertanyaan 2 mengenai pelayanan yang diberikan karyawan pada saat melakukan pembelian sepeda motor pada PT. Alfa Scorpii Pekanbaru adalah Cukup Memuaskan karena pelayanan yang diberikan karyawan baik dan ramah kepada konsumen yang datang membeli sepeda motor, karena responden yang menyatakan Cukup Memuaskan sebanyak 28 orang atau 93,3%.

Untuk item pertanyaan 3 mengenai pelayanan purna jual yang diberikan oleh PT. Alfa Scorpii Pekanbaru, konsumen cukup puas dengan pelayanan yang diberikan karena ramah dan baik dalam melayani kebutuhan konsumen. Hal itu disebabkan karena responden yang menyatakan Cukup Memuaskan sebanyak 26 orang atau 86,6%.

Untuk item pertanyaan 4 mengenai pelayanan servis gratis selama 3 bulan dan ganti oli gratis selama 2 bulan yang diberikan oleh PT. Alfa Scorpii Pekanbaru setelah purna jual, konsumen terbantu dengan adanya pelayanan yang diberikan perusahaan dengan adanya servis gratis tersebut dan meringankan konsumen. Hal itu disebabkan karena sebanyak 12 orang atau 40% menyatakan Memuaskan. Sedangkan yang menyatakan Cukup Memuaskan sebanyak 18 orang atau 60%.

Untuk item pertanyaan 5 mengenai persediaan sepeda motor Yamaha Jupiter Z, konsumen merasa tidak puas dengan persediaan sepeda motor Yamaha Jupiter Z, karena kurangnya persediaan dari macam-macam tipe atau jenis sepeda motor Yamaha Jupiter Z sehingga konsumen tidak bisa memilih sesuai dengan keinginan mereka. Hal itu disebabkan karena responden yang menyatakan Kurang Baik sebanyak 17 orang atau 56,7%.

Hasil Tanggapan Pihak Perusahaan atau Karyawan Mengenai Pelayanan yang Diberikan PT. Alfa Scorpii Pekanbaru

Berdasarkan hasil wawancara penulis kepada pihak perusahaan atau karyawan bidang pemasaran dan penjualan

mengenai pelayanan yang diberikan perusahaan atau karyawan kepada konsumen, pihak perusahaan menyatakan bahwa pelayanan yang diberikan kepada konsumen adalah Baik, karena pelayanan yang diberikan pihak perusahaan atau karyawan telah dilakukan semaksimal mungkin. Dan pelayanan yang diberikan pihak PT. Alfa Scorpii Pekanbaru telah dapat memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya yang menarik minat masyarakat atau konsumen dengan meliputi proses pelayanan pemberian informasi dengan jelas dan ramah kepada konsumen mengenai jenis-jenis sepeda motor, keunggulan dan harganya. Dan juga proses siklus pemesanan unit, pendistribusian unit tepat waktu dan pelayanan purna jual dan setelah purna jual. Kesimpulan dari pelayanan yang diberikan oleh PT. Alfa Scorpii Pekanbaru adalah Cukup Memuaskan. Hal ini bisa dilihat dari pelayanan informasi yang diberikan oleh perusahaan saat purna jual dan setelah purna jual cukup memuaskan konsumen, karyawan cukup mampu melayani dengan ramah dan baik apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen, walaupun konsumen merasa perusahaan belum sepenuhnya mampu dalam memenuhi kebutuhan konsumen dari segi persediaan barang khususnya persediaan sepeda motor Yamaha Jupiter Z dalam segi tipe, desainnya dan warna produk yang bagus dan sesuai dengan keinginan dan selera konsumen. Dengan demikian perusahaan harus meningkatkan lagi pemberian pelayanan untuk menarik konsumen.

4. Promosi

Tabel 9. Tanggapan Responden Tentang Promosi yang Dilakukan PT. Alfa Scorpii Pekanbaru

No	Item Pertanyaan	Jawaban Responden			Jumlah
		Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	
1	Promosi melalui periklanan	-	2 (6,7%)	28 (93,3%)	30 (100%)
2	Personal Selling	-	8 (26,7%)	22 (73,3%)	30 (100%)
3	Promosi penjualan (pameran)	-	10 (33,3%)	20 (66,7%)	30 (100%)
4	Publisitas	-	-	30 (100%)	30 (100%)
5	Promosi dengan memberikan hadiah	-	-	30 (100%)	30 (100%)
	Jumlah	-	20	130	150
	Jumlah Bobot Nilai	-	40	130	170
	Nilai Tertinggi 3x5x30				450
	Nilai Terendah 1x5x30				150
	Interval				100
	% Skor Perolehan				37,7%
	Interval - Skor	150-250			
	Kriteria Penilaian	Tidak Memuaskan			

Sumber : Data Olahan, 2013

Berdasarkan tabel diatas untuk item pertanyaan 1 mengenai promosi periklanan yang dilakukan oleh PT. Alfa Scorpii Pekanbaru terhadap sepeda motor Yamaha Jupiter Z adalah Kurang Baik, karena kurangnya periklanan yang dilakukan oleh perusahaan baik melalui surat kabar, majalah, televisi dan radio dan membuat konsumen kekurangan informasi. Hal itu disebabkan karena responden yang menyatakan Cukup Baik sebanyak 2 orang atau 6,7%. Dan sebanyak 28 orang atau 93,3% menyatakan kurang Baik.

Untuk item pertanyaan 2 mengenai promosi promosi personal selling yang dilakukan PT. Alfa Scorpii Pekanbaru terhadap sepeda motor Yamaha Jupiter Z adalah kurangnya informasi yang diberikan karyawan perusahaan, sehingga konsumen tidak banyak mengetahui produk-produk Yamaha khususnya Yamaha Jupiter Z, karena konsumen yang menyatakan Cukup Baik sebanyak 8 orang atau 26,7%. Dan yang menyatakan Kurang Baik sebanyak 22 orang atau 73,3%.

Untuk item pertanyaan 3 mengenai promosi penjualan (Pameran) yang dilakukan PT. Alfa Scorpii Pekanbaru terhadap Yamaha Jupiter Z, responden yang menyatakan Cukup Baik sebanyak 10 orang atau 33,3%. Dan yang menyatakan Kurang Baik sebanyak 20 orang atau 66,7%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa promosi pameran yang dilakukan perusahaan kurang memberikan informasi karena pameran-pameran yang dilakukan hanya beberapa kali terlihat dan pada tempat tertentu saja.

Untuk item pertanyaan 4 mengenai publisitas dimasyarakat yang dilakukan PT. Alfa Scorpii Pekanbaru, perusahaan jarang terlihat melakukan publisitas di masyarakat untuk memperkenalkan produk Yamaha Jupiter Z untuk menarik hati konsumen membeli. Hal itu disebabkan karena responden yang menyatakan Kurang Baik adalah keseluruhan responden yaitu sebanyak 30 orang responden atau 100%.

Untuk item pertanyaan 5 mengenai promosi yang dilakukan PT. Alfa Scorpii

dengan memberikan hadiah adalah Kurang Baik, karena hadiah yang diberikan kurang menarik dan hanya waktu-waktu tertentu saja. Responden yang menyatakan kurang Baik sebanyak keseluruhan responden yaitu 30 orang atau 100%.

Tanggapan Pihak Perusahaan atau Karyawan Perusahaan Mengenai Promosi yang Dilakukan PT. Alfa Scorpii Pekanbaru

Berdasarkan hasil wawancara penulis kepada pihak perusahaan atau karyawan

bagian pemasaran dan penjualan mengenai promosi yang dilakukan PT. Alfa Scorpii Pekanbaru untuk menarik minat konsumen dalam membeli sepeda motor Yamaha Jupiter Z adalah Cukup Baik, karena promosi yang dilakukan oleh perusahaan melalui periklanan, personal selling, promosi penjualan (pameran), publisitas dan promosi dengan memberikan hadiah kepada konsumen sangat membantu konsumen mengenai program yang dijalankan oleh PT. Alfa Scorpii Pekanbaru.

5. Selera Konsumen

Tabel 10. Tanggapan Responden Tentang Selera Konsumen Terhadap Sepeda Motor Yamaha Jupiter Z Pada PT. Alfa Scorpii Pekanbaru

No	Item Pertanyaan	Jawaban Responden			Jumlah
		Sesuai	Cukup Sesuai	Tidak Sesuai	
1	Jenis atau tipe sepeda motor Yamaha Jupiter Z	-	18 (60%)	12 (40%)	30 (100%)
2	Kualitas sepeda motor Yamaha Jupiter Z	-	23 (76,7%)	7 (23,3%)	30 (100%)
3	Model atau desain sepeda motor Yamaha Jupiter Z	-	16 (53,3%)	14 (46,7%)	30 (100%)
4	Ketahanan fisik sepeda motor Yamaha Jupiter Z	-	30 (100%)	-	30 (100%)
5	Bahan Bakar sepeda Motor Yamaha Jupiter Z	-	13 (43,3%)	17 (56,7%)	30 (100%)
	Jumlah	-	100	50	150
	Jumlah Bobot Nilai	-	200	50	250
	Nilai Tertinggi 3x5x30				450
	Nilai Terendah 1x5x30				150
	Interval				100
	% Skor Perolehan				55,5%
	Interval - Skor	150-250			
	Kriteria Penilaian	Tidak Memuaskan			

Sumber : Data Olahan, 2013

Berdasarkan tabel diatas untuk item pertanyaan 1 mengenai jenis atau tipe sepeda motor Yamaha Jupiter Z, konsumen masih cukup menyukai tipe sepeda motor Yamaha Jupiter Z dengan tampilannya yang sporty. Hal itu disebabkan karena responden yang menyatakan Cukup Sesuai sebanyak 18 orang atau 60%. Dan responden yang menyatakan Tidak Sesuai sebanyak 12 orang atau 40%.

Untuk item pertanyaan 2 mengenai selera konsumen terhadap kualitas motor

Yamaha Jupiter Z, sebanyak 23 orang atau 76,7% menyatakan kualitas motor Yamaha Jupiter Z Sedang. Sedangkan responden yang menjawab Tidak Bagus sebanyak 7 orang atau 23,3%. Dengan demikian bahwa kualitas motor Yamaha Jupiter Z cukup bagus, awet dan tahan bagi konsumen.

Untuk item pertanyaan 3 mengenai model atau desain sepeda motor Yamaha Jupiter Z, konsumen masih menyukai model atau desain sepeda motor Yamaha Jupiter Z karena tidak terlalu jelek,

karena sebanyak sebanyak 16 orang atau 53,3% menyatakan Cukup Bagus. Dan responden yang menyatakan Tidak Bagus sebanyak 14 orang atau 46,7%,

Untuk item pertanyaan 4 mengenai ketahanan fisik sepeda motor Yamaha Jupiter Z, seluruh responden yaitu sebanyak 30 orang responden atau 100% menyatakan Sedang dengan ketahanan fisik sepeda motor Yamaha Jupiter Z. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ketahanan fisik dari sepeda motor Yamaha Jupiter Z cukup bagus dan tahan bila dipakai untuk perjalanan yang cukup jauh.

Untuk item pertanyaan 5 mengenai Bahan bakar sepeda motor Yamaha Jupiter Z, konsumen menyatakan Tidak Hemat dan boros, karena sebanyak 13 orang atau 43,3% responden yang menyatakan Sedang. Dan 17 orang atau 56,6% menyatakan Tidak Hemat.

Hasil Tanggapan Pihak Perusahaan atau Karyawan Mengenai Selera Konsumen Pada PT. Alfa Scorpii Pekanbaru

Berdasarkan hasil wawancara penulis kepada pihak perusahaan atau karyawan bidang pemasaran dan penjualan menyatakan bahwa selera konsumen terhadap sepeda motor Yamaha Jupiter Z Kurang Memuaskan dan tidak terlalu bagus, disebabkan karena selera konsumen sering berubah-ubah ditambah munculnya produk-produk baru yang juga cukup bagus dengan harga yang cukup terjangkau seperti Yamaha Scuter Matic sehingga menggugah selera konsumen. Konsumen sering mengeluh bahwa tipe sepeda motor Yamaha Jupiter Z dan desainnya saat ini kurang diminati konsumen dan kurang menarik, alasannya karena konsumen lebih menyukai tipe dan desain sepeda motor Yamaha Jupiter Z tipe yang lama. Itulah yang menyebabkan kurangnya selera konsumen terhadap Sepeda Motor Yamaha Jupiter Z sehingga daya beli konsumen terhadap sepeda motor Yamaha Jupiter Z menjadi rendah.

6. Persaingan

Tabel 11. Tanggapan Responden Tentang Persaingan Pada PT. Alfa Scorpii Pekanbaru

No	Item Pertanyaan	Jawaban Responden			Jumlah
		Tinggi	Sedang	Rendah	
1	Kebutuhan dan keinginan konsumen dengan sepeda motor Yamaha Jupiter Z	1 (3,3%)	13 (43,3%)	16 (53,4%)	30 (100%)
2	Tingkat persaingan penjualan sepeda motor Yamaha Jupiter Z	20 (66,7%)	8 (26,7%)	2 (6,6%)	30 (100%)
3	Fasilitas kredit kolektif pada instansi swasta dan instansi pemerintahan	1 (3,3%)	29 (96,7)	-	30 (100%)
4	Harga diskon yang diberikan PT. Alfa Scorpii	2 (6,7%)	15 (50%)	13 (43,3)	30 (100%)
5	Peningkatan servis yang diberikan PT. Alfa	5 (16,7%)	24 (80%)	1 (3,3%)	30 (100%)
	Jumlah	29	89	32	150
	Jumlah Bobot Nilai	47	178	36	261
	Nilai Tertinggi 3x5x30				450
	Nilai Terendah 1x5x30				150
	Interval				100
	% Skor Perolehan				58%
	Interval - Skor	261			
	Kriteria Penilaian	Cukup Memuaskan			

Sumber : Data Olahan, 2013

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa dari 30 orang konsumen yang dijadikan responden pada penelitian, untuk item pertanyaan 1 yang menyatakan Tinggi mengenai keinginan dan kebutuhan konsumen dengan sepeda motor Yamaha Jupiter Z pada PT. Alfa Scorpii Pekanbaru adalah sebanyak 1 orang atau 3,3%. Sedangkan 13 orang atau 43,3% menyatakan bahwa keinginan dan kebutuhan konsumen dengan sepeda motor Yamaha Jupiter Z adalah Sedang. Dan responden yang menjawab Rendah adalah sebanyak 16 orang atau 53,4%. Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa telah banyaknya produk-produk baru yang bermunculan membuat keinginan dan kebutuhan konsumen beralih ke produk lain dan membuat produk Yamaha Jupiter Z tidak terlalu tinggi peminatnya.

Untuk item pertanyaan 2 mengenai tingkat persaingan penjualan sepeda motor Yamaha Jupiter Z adalah tinggi, karena saat ini telah banyak perusahaan sejenis maupun tidak sejenis yang memasarkan produk yang sejenis maupun tidak sejenis khususnya produk Yamaha Jupiter Z. Hal itu dapat dilihat dari tanggapan konsumen sebanyak 20 orang atau 66,7% menyatakan Tinggi. Sedangkan responden yang menyatakan Sedang sebanyak 8 orang atau 26,7%. Dan sebanyak 2 orang atau 6,6% menyatakan tingkat persaingannya Rendah.

Untuk Item pertanyaan 3 mengenai persaingan dalam hal fasilitas kredit kolektif pada instansi swasta dan instansi pemerintahan yang dilakukan oleh PT. Alfa Scorpii Pekanbaru, responden yang menyatakan Baik sebanyak 1 orang atau 3,3%. Sedangkan responden yang menyatakan Cukup Baik sebanyak 29 orang atau 96,7%, dengan alasan bahwa suku bunganya cukup standar sama dengan kolektif-kolektif lainnya.

Untuk item pertanyaan 4 mengenai harga diskon yang diberikan oleh PT. Alfa Scorpii Pekanbaru, responden yang menyatakan Baik sebanyak 2 orang atau 6,7%. Sedangkan responden yang menyatakan harga diskon yang diberikan Cukup Baik sebanyak 15 orang atau 50%. Dan responden yang menyatakan Kurang Baik sebanyak 13 orang atau 43,3%. Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa harga diskon yang diberikan oleh PT. Alfa Scorpii masih rendah dan tidak memuaskan bagi konsumen yang membeli sepeda motor secara kredit.

Untuk item pertanyaan 5 mengenai persaingan tentang peningkatan servis sepeda motor yang diberikan oleh PT. Alfa Scorpii Pekanbaru Cukup Memuaskan karena servis yang diberikan oleh PT. Alfa Scorpii Pekanbaru bagus dengan tenaga mekanik yang berpengalaman dalam memberikan servis dengan kualitas mesinnya yang cukup terawat. Hal itu dapat dilihat dari tanggapan konsumen, sebanyak 5 orang atau 16,7% menyatakan peningkatan servis yang dilakukan oleh PT. Alfa Scorpii Pekanbaru Baik. Sedangkan responden yang menyatakan Cukup Baik sebanyak 24 orang atau 80%. Dan responden yang menyatakan kurang baik adalah 1 orang atau 3,3%.

Hasil Tanggapan Pihak Perusahaan atau Karyawan Mengenai Persaingan yang Dilakukan PT. Alfa Scorpii Pekanbaru

Berdasarkan hasil dari wawancara penulis kepada pihak perusahaan atau karyawan perusahaan menyatakan Kurang Baik, karena memang persaingan dari penjualan sepeda motor Yamaha Jupiter Z sangat tinggi dengan perusahaan sejenis yang juga menjual produk sejenis atau produk Yamaha Jupiter Z dan juga dengan perusahaan tidak sejenis lainnya. Dan ditambah dengan munculnya produk-produk baru

yang juga menggugah selera konsumen seperti Yamaha Scuter Matic, yang lebih banyak diminati oleh masyarakat

khususnya kaum perempuan membuat daya beli konsumen terhadap Yamaha Jupiter Z rendah.

Tabel 12. Rekapitulasi Tanggapan Responden Tentang Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Volume Penjualan Sepeda Motor Yamaha Jupiter Z Pada PT. Alfa Scorpii Pekanbaru

No	Indikator	Skor
1	Harga	246
2	Persaingan	261
3	Sistem Penjualan	271
4	Selera Konsumen	250
5	Pelayanan	298
6	Promosi	170
	Jumlah	1496
	Skor Tertinggi 3x30x30	2700
	Skor Terendah 1x30x30	900
	Interval	600
	% Skor Perolehan	55,4%
	Interval - Skor	900-1500
	Kriteria Penilaian	Tidak Memuaskan

Sumber : Data Olahan, 2013

Tabel diatas adalah rekapitulasi dari enam (6) indikator variabel tentang faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan sepeda motor Yamaha Jupiter Z, yang terdiri dari harga, persaingan, sistem penjualan, selera konsumen, pelayanan dan promosi. Tanggapan responden menyatakan faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan sepeda motor Yamaha Jupiter Z pada PT. Alfa Scorpii Pekanbaru diperoleh skor 1496 atau 55,4% dengan kategori Tidak Memuaskan. Hal ini terlihat dan diperkuat oleh item-item pertanyaan yang dijawab oleh responden. Begitu juga hasil wawancara dan pengamatan langsung peneliti dilapangan saat melakukan penelitian.

Faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan sepeda motor Yamaha Jupiter Z untuk kategori harga memperoleh skor 246 atau 54,7% dengan kategori Tidak Memuaskan. Pada indikator ini, alasan responden menyatakan Tidak memuaskan dikarenakan harga yang ditetapkan PT.

Alfa Scorpii Pekanbaru belum memuaskan konsumen dan masih tingginya harga yang diberikan perusahaan terutama harga kreditnya, subsidi harga yang masih sangat rendah membuat konsumen merasa kurang terbantu dalam pembelian motor secara kredit.

Faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan untuk kategori persaingan memperoleh skor 261 atau 58% dengan kategori Cukup Memuaskan. Pada persaingan yang dilakukan PT. Alfa Scorpii Pekanbaru saat ini telah banyaknya perusahaan-perusahaan sejenis juga memasarkan produk sejenis membuat persaingan yang tinggi dalam penjualan sepeda motor Yamaha Jupiter Z. Dan ditambah dengan munculnya produk-produk baru yang lebih bagus dengan harganya yang cukup terjangkau dan juga menggugah selera konsumen, membuat sepeda motor Yamaha Jupiter Z daya belinya oleh konsumen tidak terlalu tinggi dan kurang diminati oleh masyarakat maupun konsumen.

Faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan sepeda motor Yamaha Jupiter Z untuk kategori Sistem penjualan memperoleh skor 271 atau 60,2% dengan kategori Cukup Memuaskan. Hal ini dikarenakan sistem penjualan yang dilakukan oleh perusahaan belum cukup maksimal dalam memberikan kepuasan kepada konsumen dalam pembelian sepeda motor secara kredit, walaupun konsumen menyambut baik adanya kebijakan penjualan yang dilakukan perusahaan karena membantu konsumen dalam pembelian sepeda motor khususnya pembelian secara kredit. Konsumen masih mengharapkan perusahaan bisa memberikan lebih baik lagi kepada konsumen dalam memenuhi keinginan konsumen terutama dalam hal penetapan harga penjualan kredit yang tinggi bisa sedikit lebih ringan. Faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan sepeda motor Yamaha Jupiter Z untuk kategori selera konsumen memperoleh skor 250 atau 55,5% dengan kategori Tidak Memuaskan. Hal itu dikarenakan dari segi tipe, kualitas motor, model atau desainnya, Ketahanan fisik dan juga bahan bakar sepeda motor Yamaha Jupiter Z bagi konsumen masih belum sesuai dengan keinginan konsumen. Konsumen mengharapkan perusahaan bisa memberikan lebih baik lagi dari segi kualitas, tipe sepeda motor dan model atau desainnya yang lebih bagus, menarik dan berkualitas sehingga konsumen merasa lebih puas dan selera konsumen bisa terpenuhi dengan baik.

Faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan sepeda motor Yamaha Jupiter Z untuk kategori pelayanan memperoleh skor 298 atau 66,2% dengan kategori cukup memuaskan. Hal ini bisa dilihat dari pelayanan informasi yang diberikan oleh perusahaan saat purna jual dan setelah purna jual cukup memuaskan konsumen, karyawan cukup

mampu melayani dengan ramah dan baik apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen, walaupun konsumen merasa perusahaan belum sepenuhnya mampu dalam memenuhi kebutuhan konsumen dari segi persediaan barang khususnya persediaan sepeda motor Yamaha Jupiter Z dalam segi tipe, desain dan warna produk yang bagus dan sesuai dengan keinginan dan selera konsumen.

Selanjutnya yang terakhir adalah faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan sepeda motor Yamaha Jupiter Z untuk kategori Promosi memperoleh skor 170 atau 61,3% dengan kategori Tidak Memuaskan. Hal ini karena promosi yang dilakukan oleh PT. Alfa Scorpii Pekanbaru dalam mempromosikan sepeda motor Yamaha Jupiter Z kurang menarik hati dan memuaskan konsumen. Dimana promosi personal selling yang dilakukan salesman ataupun sales girls kurang memberikan informasi yang dibutuhkan konsumen dan tidak melakukan pada rumah kerumah (door to door), dan juga periklanan, publisitas, promosi penjualan dan promosi dengan memberikan hadiah hanya dilakukan pada waktu dan bulan-bulan tertentu saja sehingga masyarakat kurang informasi mengenai program-program PT. Alfa Scorpii Pekanbaru.

Hambatan- Hambatan yang Dihadapi Oleh PT. Alfa Scorpii Pekanbaru Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Sepeda Motor Yamaha Jupiter Z.

- a. Hambatan dalam bidang harga adalah dimana PT. Alfa Scorpii Pekanbaru hanya menawarkan subsidi harga pada penjualan secara kredit dan tidak memberikan discount harga pada penjualan secara cash. Dan itu membuat konsumen menjadi kurang terbantu dan merasa puas dengan harga yang

diberikan oleh PT. Alfa Scorpii Pekanbaru.

- b. Hambatan dalam persaingan adalah banyaknya perusahaan sejenis juga menjual produk yang sama. Dan harga kredit kolektif yang ditawarkan PT. Alfa Scorpii Pekanbaru tergantung pada leasing dan bank.
- c. perubahan selera konsumen, seringnya berubahnya selera konsumen dan adanya tindakan dari para pesaing, terhadap suatu produk merupakan hal yang sulit diatasi perusahaan untuk menarik minat konsumen membeli produk yang ditawarkan. Selera konsumen dapat berubah sewaktu-waktu karena jenuh, selera konsumen mencakup selera terhadap merek, desain atau model produk dan selera terhadap kualitas produk.
- d. Hambatan dalam bidang pelayanan adalah permintaan konsumen terhadap tipe produk yamaha Jupiter Z yang lebih bagus lagi dari desain dan juga warnanya.
- e. munculnya barang pengganti sehingga produksi suatu tipe produk terhenti dan digantikan oleh produk baru yang sering menimbulkan kekecewaan konsumen yang berkeinginan membeli produk lama.
- f. Kurang agresifnya para salesman ataupun sales girls dalam menawarkan sepeda motor Yamaha Jupiter Z karena hanya pada instansi saja tidak pada rumah kerumah dan pada periklanan pada media masa dan elektronik, promosi penjualan pada pameran dan publisitas hanya dilakukan pada waktu-waktu tertentu sehingga masyarakat kurang informasi dengan program-program PT. Alfa Scorpii Pekanbaru.

PENUTUP

Kesimpulan

1. Pada penetapan harga yang dilakukan oleh PT. Alfa Scorpii Pekanbaru, tidak memuaskan konsumen karena penetapan harga pada Yamaha Jupiter Z masih tinggi dengan subsidi harga yang masih rendah diberikan oleh PT. Alfa Scorpii Pekanbaru, membuat daya beli konsumen terhadap sepeda motor Yamaha Jupiter Z rendah.
2. Dalam menjalankan usahanya PT. Alfa Scorpii mendapatkan persaingan dari perusahaan lain sejenis yang juga memasarkan produk yang sejenis khususnya sepeda motor Yamaha Jupiter Z dan ditambah dengan munculnya produk-produk baru yang lebih bagus dengan harganya yang cukup terjangkau dan juga menggugah selera konsumen, membuat sepeda motor Yamaha Jupiter Z kurang diminati oleh konsumen terutama oleh kaum perempuan yang lebih menyukai sepeda motor scuter matic yang lebih praktis dalam pemakaiannya.
3. Pada kebijakan sistem penjualan yang ditetapkan PT. Alfa Scorpii Pekanbaru, baik secara tunai maupun secara kredit, konsumen mengharapkan terutama dalam harga penjualan kredit perusahaan bisa lebih meringankan harga penjualan kredit yang lebih terjangkau lagi oleh konsumen karena ini berpengaruh terhadap tingkat penjualan karena tidak semua konsumen mampu membeli sepeda motor secara tunai.
4. Dari segi selera konsumen sepeda motor Yamaha Jupiter Z ini masih belum begitu sesuai dengan selera konsumen. Konsumen tidak puas dengan segi kualitas, ketahanan,

- desainnya dan juga bahan bakar yang digunakan.
5. Dalam upaya untuk mendorong tingkat penjualan yang lebih baik terhadap sepeda motor Yamaha Jupiter Z perusahaan mencoba meningkatkan pelayanan terhadap konsumen baik itu pelayanan informasi, proses pembayaran, ataupun dalam hal purna jual dan setelah purna jual.
 6. Dan dari segi promosi yang dilakukan oleh PT. Alfa Scorpii Pekanbaru belum mampu memuaskan dan menarik minat konsumen dalam membeli sepeda motor Yamaha Jupiter Z karena promosi personal selling yang dilakukan salesman ataupun sales girls kurang memberikan informasi yang dibutuhkan konsumen dan tidak melakukan pada rumah kerumah (door to door), dan juga periklanan, publisitas, promosi penjualan dan promosi dengan memberikan hadiah hanya dilakukan pada waktu dan bulan-bulan tertentu saja sehingga masyarakat kurang informasi mengenai program-program PT. Alfa Scorpii Pekanbaru.
- dalam pembelian secara tunai agar meringankan konsumen dalam pembelian sepeda motor.
 3. Jika persaingan tinggi dan tindakan pesaing lebih baik, maka perusahaan sebaiknya membuat tindakan yang lebih bagus dari pesaing baik dari segi pelayanan servis dan juga pelayanan terhadap ketersediaan stok barang agar konsumen tetap merasa perusahaan kita lebih baik.
 4. PT. Alfa Scorpii harus mengadakan kegiatan promosi yang mencakup keunggulan produk baru yang merupakan penyempurnaan dari produk lama, sehingga konsumen yang menginginkan produk lama beralih ke produk baru. Kegiatan promosi bisa dilakukan dengan cara membuka stand-stand selama pameran, sehingga bisa menarik perhatian pengunjung.
 5. PT. Alfa Scorpii Pekanbaru harus lebih memperhatikan kegiatan salesman untuk meningkatkan volume penjualan sepeda motor Yamaha Jupiter Z dengan sering mencari, mensurvei dan juga sering berkonsultasi dengan konsumen atas sepeda motor Yamaha Jupiter Z, sehingga konsumen bisa mengertikan keunggulan-keunggulan sepeda motor Yamaha Jupiter Z.

Saran-Saran

1. Karena seringkali konsumen berubah selera, sebaiknya perusahaan perlu melakukan penganalisaan terhadap selera konsumen yang mencakup terhadap model, terhadap merek dan terhadap kualitas produk, perusahaan bisa meletakkan kotak saran bagi konsumen agar bisa jadi pelajaran buat kedepan untuk perusahaan itu sendiri.
2. PT. Alfa Scorpii harus memberikan subsidi harga yang membantu konsumen, bukan hanya dalam pembelian secara kredit tetapi juga

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Alma, Buchari, 2009, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung, Alfabeta, Bandung.
- Anoraga, Panji, 2007, *Pengantar Bisnis*, Jakarta, Bineka Cipta.
- Assauri, Sofjan, 2007, *Manajemen Pemasaran*, PT.Grafindo Persada, Jakarta.
- Casson, Herbert N (alih bahasa : Agatha Linda Chandra), 1992, *Bagaimana Memenangkan Persaingan*, PT.

- Pustaka Pembangunan Swadaya Nusantara, Jakarta.
- Fuad, dkk, 2006, *Pengantar Bisnis*, PT.Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Hermawan, Kertajaya, 2006, *Elemen Marketing*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Kotler, Philip; AB Susanto, 2001, *Manajemen Pemasaran Indonesia*, Salemba Empat, Jakarta.
- Kotler, Philip; Gary Amstrong, 1996, *Dasar-Dasar Pemasaran*, Prenhallindo, Jakarta.
- Machfoedz, Mahmud, 2007, *Pengantar Bisnis Modern*, CV. Andi Offsets, Yogyakarta.
- Marius dan Wickof, 2002, *Dasar-Dasar Pemasaran*, Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Morgan, Rebecca, L, 1998, *Penjual Professional*, Terjemahan Alfian Sirait, Binarupa Aksara, Jakarta.
- Nitisemito, Alex S, 2002, *Marketing*, Graha Indonesia, Jakarta.
- Pride, William M; OC Ferrel, 1995, *Manajemen Strategis: Teori&Konsep*, Salemba, Jakarta.
- Rahmat, AA, MZ, SE, 1992, *Tanya Jawab Perkreditan*, Remaja Karya, Jakarta.
- Ratminto; Atik Septi Winarsih, 2009, *Manajemen Pelayanan*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Schifmann, Leon, Leslie Lazar Kanuk, 2007, *Perilaku Konsumen*, PT. Indeks, Jakarta.
- Sugiyono, 2009, *Metode Penelitian Administrasi*, Alfabeta, Bandung.
- Supranto J; Nandan Limakrisna, 2007, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Sutanto, 1999, *Tekhnik Menjual Barang*, Penerbit Pustaka Pressindo, Jakarta.
- Sutarto, 2006, *Dasar-Dasar Organisasi*, Gadjah Mada University Press, Yogyakarta.
- Sutopo; Adi Suryanto, 2003, *Pelayanan Prima*, Lembaga Administrasi Negara, Jakarta.
- Swastha, Basu, 2001, *Manajemen Penjualan*, BPFE, Yogyakarta.
- Swastha, Basu, Irawan, 2000, *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty, Yogyakarta.
- Swastha, Basu, 1996, *Azas- Azas Marketing*, Liberty, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy, 2000, *Strategi Bisnis*, CV. Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy, 2008, *Strategi Pemasaran*, Edisi Ketiga CV.Andi, Yogyakarta.
- Winardi, 1999, *Pengantar Manajemen Penjualan*, PT. Citra Aditya, Bandung.